BRAND BOOK

29 JUNI 2020

TIM PENYUSUN

Pengarah:
DR (HC) dr Hasto Wardoyo, Sp.OG (K)
Kepala Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional

Penanggungjawab:
Nofrijal, SP, MA
(Deputi Bidang Advokasi, Penggerakan, dan Informasi)

Penyelaras Naskah:
Eka Sulistia Ediningsih
(Direktur Komunikasi, Informasi, dan Edukasi)
Eric Tuapattinaya (Eventures)
Drs. Yunus Patriawan Noya
(Komunitas Homeros Indonesia)

Tim Penulis:
K. Nina (Eventures)
Sancoyo Rahardjo, SK
(Komunitas Homeros Indonesia)
dr. Fabiola Tazrina Tazir, MAPS
(Direktorat Advokasi dan KIE)
Soetriningsih, S.Sos,M.Si
(Direktorat Advokasi dan KIE)

Tata Letak:
Eventures



DR (HC) dr Hasto Wardoyo, Sp.OG (K)
Kepala BKKBN

bkkbn

JANJI KITA *Bagi* KELUARGA INDONESIA

Dengan semangat rebranding BKKBN yang mulai digaungkan pada Desember 2019 lalu, maka Brand Book hadir untuk mengantarkan cara baru BKKBN di era baru untuk generasi baru setelah melalui perjalanan panjang 50 tahun.

Yang terpenting adalah, buku ini memberikan pemahaman kepada internal BKKBN serta menjadi pedoman bagaimana rebranding dilaksanakan. Tidak hanya dengan simbol-simbol tetapi juga nilai-nilai baru.

Dengan kemasan yang menarik, singkat dan sederhana, setiap insan BKKBN dapat dengan mudah mengerti, memahami dan melaksanakan seluruh nilai-nilai baru BKKBN, sebagai modal dalam memberikan pelayanan yang terbaik serta menjadi sahabat keluarga Indonesia.

Sering kali tantangan terberat dari sebuah perubahan justru dari diri kita sendiri, bukan dari luar. Maka perubahan pola pikir dan cara kerja sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan BKKBN lima tahun kedepan yaitu menjadi lembaga yang paling mempengaruhi kebijakan publik dalam hal pembangunan keluarga, kependudukan, dan keluarga berencana. (Bangga Kencana)

Rebranding BKKBN adalah sebuah janji kepada setiap keluarga Indonesia yang harus ditepati. Maka sudah menjadi kewajiban kita untuk mewujudkannya.

VISI

Keluarga Berkualitas dan Pertumbuhan Penduduk yang Seimbang guna mendukung tercapainya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong-Royong

MISI

1. Mengendalikan pertumbuhan penduduk dalam rangka menjaga kualitas dan struktur penduduk seimbang.
2. Menyelenggarakan keluarga berencana dan kesehatan reproduksi secara komprehensif.
3. Menyelenggarakan pembangunan keluarga yang holistik integratif sesuai siklus hidup.
4. Membangun kemitraan, jejaring kerja, peran serta masyarakat dan kerjasama global.
5. Memperkuat inovasi, teknologi, informasi dan komunikasi.
6. Membangun kelembagaan, meningkatkan kapasitas dan kesejahteraan SDM aparatur.

OBJECTIVE 5 TAHUN BKKBN:

Menjadi lembaga yang paling mempengaruhi kebijakan publik dalam hal kependudukan, pembangunan keluarga, dan keluarga berencana

JARINGAN BKKBN

34 Kantor Perwakilan + Koordinator di Kalimantan Utara

24000 PKB/PLKB (Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana)



575 Mitra Kerja Daerah di antaranya Jajaran Pemerintah Daerah, Toga, Tomas, Kader KB, swasta dll

5000 Aparatur Sipil Negara (ASN). Belum termasuk PKB/PLKB

480,000 Generasi Berencana (GenRe)

56 Mitra Kerja Pusat/Nasional

1,2 juta Institusi Masyarakat Pedesaan (IMP)

Perjalanan 50 Tahun BKKBN

bkkbn



Perjalanan 50 Tahun BKKBN



1950 an
Ketika kemerdekaan dicapai terjadi lonjakan perkawinan di Indonesia diikuti dengan meningkatnya angka kelahiran

1950-1960 an
dr. Julie Sulianti Saroso di Yogyakarta yang kemudian hari dikenal sebagai pelopor KB di Indonesia menggawangi program pengendalian kelahiran bersama para tokoh PKBI (Perkumpulan Keluarga Berencana Indonesia) di Jakarta





1968
Deklarasi kependudukan dunia di tandatangani oleh Presiden Soeharto diikuti dengan pembentukan **Lembaga Keluarga Berencana Nasional (LKBN)** dibawah Menteri Kesejahteraan Rakyat

1970
Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) resmi dibentuk dengan ketua dr. Soewardjono Soerjaningrat sekaligus sebagai Menteri Kesehatan RI. Badan ini diperkuat dengan jajaran petugas Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana (PLKB) Saat itu TFR 5,6





1974
Program KB dengan *tagline* Pancawarga mulai merambah 10 provinsi berpenduduk padat di luar Jawa dan Bali





1979/1980
Program KB telah menjangkau seluruh tanah air dengan tagline Dua Anak Cukup dengan tujuan menurunkan angka kelahiran dan mewujudkan Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS)

1980-an
Berbagai program terobosan yang inovatif dilaksanakan **dalam upaya mewujudkan NKKBS** seperti **Program Gugur Gunung, Safari KB Bintang Sembilan hingga Safari KB Senyum.** Adapula strategi pencitraan kontrasepsi melalui **Program Lingkaran Biru dan Lingkaran Emas**





1988-1989
Pemerintah Indonesia menerima Penghargaan Dunia dari sejumlah lembaga Dunia antara lain berupa **UN Population Award, Global Statement Award** dari Population Institute, AS dan Penghargaan **Center of Excellence** di bidang KB dari UNFPA (Dana Kependudukan PBB)

1990
Target mencapai Penduduk Tumbuh Seimbang/PTS dicanangkan. Ketika itu **PTS ditargetkan dicapai pada periode 2005-2010**

1990-an
Melalui program ITP (International Training Program) BKKBN, Indonesia menjadi percontohan dunia. Puluhan negara berguru program KB dan pemberdayaan keluarga di Indonesia. Banyak desa percontohan yang dikunjungi oleh delegasi asing

Program pemberdayaan keluarga digencarkan melalui program Banggasukadesa, Takesra/Kukesra, Pasar Minggon, lantainisasi, hingga UPKKS (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera)



1992
Kegiatan Posyandu di tingkat pedukuhan dan pedesaan menjadi wujud dan wahana program keterpaduan KB-Kesehatan yang dimulai tahun 1992. **Dalam pelaksanaannya BKKBN berfungsi sebagai penggerak, pengorganisasian dan pencatatan pelaporan.**

1993
Posisi program kependudukan mendapat pijakan yang kokoh dengan **dibentuknya Menteri Negara Kependudukan/Kepala BKKBN**



Prof. DR. Haryono Suryono, MA, Phd.
(Kepala BKKBN 1983-1998)



1994
BKKBN mulai fokus pada pembangunan keluarga dengan diluncurkannya kegiatan pendataan keluarga di Jatiluhur Jawa Barat. **Ditandai dengan hadirnya Program Takesra/Kukesra.** Sebuah program pengenalan kegiatan menabung dan kegiatan usaha ekonomi produktif keluarga (UPPKS) melalui kredit bergulir. Dibumikan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan peserta KB dari Keluarga Pra-Sejahtera dan Sejahtera I dengan didukung Keluarga Sejahtera II, III, dan III plus.



Konferensi Internasional tentang Kependudukan dan Pembangunan (ICPD) 1994 di Kairo, Mesir, menjadi sebuah tonggak sejarah pengembalian konsep KB ke arah kesehatan reproduksi. KB tidak lagi semata soal pengendalian pertumbuhan penduduk dan penggunaan kontrasepsi, melainkan jauh sampai kepada derajat kesehatan reproduksi dan investasi modal manusia untuk pembangunan.



2000
Memasuki Era Reformasi dan mengikuti implementasi kebijakan otonomi daerah **sejak awal tahun 2000 kewenangan BKKBN pusat berpindah ke Pemerintah Kabupaten dan Kota.** Salah satu dampaknya jumlah PKB/PLKB terpangkas dari sebelumnya 27.000 orang menyusut menjadi hanya 15.000



2002
Program KB mengubah paradigma "Banyak Anak Banyak Rezeki" menjadi "Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera" dampak fenomenalnya ditandai dengan **keberhasilan menurunkan angka kelahiran dari 5,6 menjadi 2,6** pada tahun 2002

2000 an
Pakar demografi dari Universitas Indonesia Prof. Sri Moertiningsih Setyo Adioetomo, Ph.D. memprediksikan bahwa **bonus demografi akan dialami Indonesia pada rentang tahun 2015-2035**



2009-2010
Pemerintah Indonesia menerbitkan UU No. 52 Tahun 2009 tentang perkembangan kependudukan dan pembangunan keluarga. Diikuti dengan Peraturan Presiden No. 62 Tahun 2010 tentang Badan Kependudukan dan Keluarga Nasional sejak saat itu **BKKBN berubah dari Badan Koordinasi dan Keluarga Berencana Nasional menjadi Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional**

2010
Berdasarkan data sensus penduduk 1961 dan 1971, dua pakar ekonomi tahun 70-an Widjojo Nitisastro dan Prof. Iskandar memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia akan mencapai 330 juta jiwa pada 2010 namun **data sensus penduduk 2010 menunjukkan jumlah penduduk hanya mencapai 237,6 juta jiwa artinya program KB berhasil mencegah hampir 100 juta kelahiran di Indonesia**



2012
BKKBN menelurkan satu program inovasi khusus yakni Generasi Berencana atau GenRe. Inilah langkah awal BKKBN mulai memperluas sasaran program dari Pasangan Usia Subur (PUS) hingga remaja untuk meningkatkan usia kawin pertama.





2013
Peningkatan kualitas SDM menjadi perhatian khusus BKKBN dengan menggerakkan **program 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK)** dalam mendukung terwujudnya Generasi Emas, 100 Tahun Indonesia di 2045

2016
Berbagai seminar dan pertemuan internasional juga menandai perjalanan selama ini. Salah satunya **International Conference of Family Planning** yang diselenggarakan di Bali Tanggal 25-28 Januari 2016 dibuka oleh Presiden Joko Widodo





2016
Kampung KB menjadi *icon* tersendiri bagi perjalanan program KB **diinisiasi kelahirannya oleh Presiden Joko Widodo** yang pelucuran perdananya dilakukan langsung oleh Presiden pada 14 Januari 2016 di Kabupaten Cirebon Jawa Barat



2016-2019
BKKBN mengembangkan program terobosan berupa **"Revolusi Mental Berbasis keluarga"**. Program ini didasarkan pada tiga dari sembilan agenda prioritas "Nawacita" Kabinet Kerja Presiden Joko Widodo



2019
***Soft-launching Rebranding* BKKBN dengan tema "Menuju Cara Baru untuk Generasi Baru"** dilaksanakan pada bulan Desember berikut mengaransemen ulang Mars Keluarga Berencana. Dibawah payung besar program Bangga Kencana (Pembangunan Keluarga Kependudukan dan Keluarga Berencana) BKKBN mulai menyentuh lebih banyak generasi muda sebagai basis menuju terciptanya Keluarga sehat, mandiri, bahagia dan tenteram. Perencanaan Keluarga menjadi fokus garapan. Ditandai dengan **hadirnya program Bangga Kencana (Pembangunan Keluarga, Kependudukan dan Keluarga Berencana)** dari sebelumnya KKBPK (Kependudukan, KB dan Pembangunan Keluarga).



2019
dr. Hasto Wardoyo, SP.OG(K) dilantik menjadi Kepala BKKBN, Juli 2019

2020
Menampilkan logo dan **tagline baru BKKBN, "Berencana itu Keren"** berikut *theme song*nya

2020
Wakil Presiden (Wapres) K.H. Ma'ruf Amin membuka Rapat Kerja Nasional (Rakernas) BKKBN dengan tema **"Banggakencana dalam Era Milenial untuk Indonesia Maju, Sejahtera dan Berkeadilan"** di Auditorium BKKBN Pusat, Jakarta pada 12 Februari 2020.



BRAND CONCEPT

Brand Values BKKBN

K KERJA TUNTAS

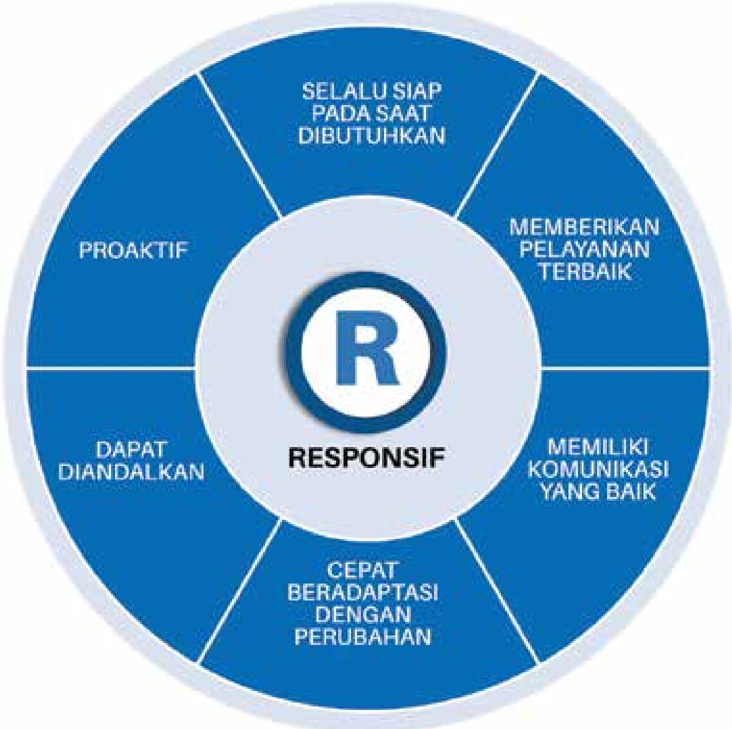
R RESPONSIF

N NILAI LUHUR

Brand Values BKKBN



Brand Values BKKBN



Brand Values
BKKBN



Brand Images BKKBN

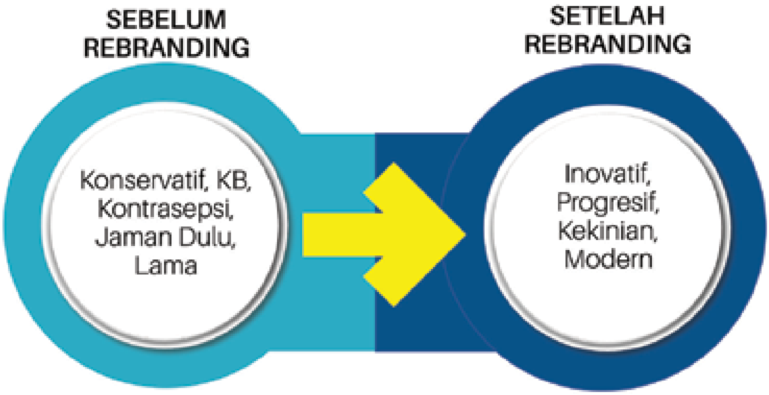


Brand Images BKKBN

Sahabat Keluarga



Brand Association BKKBN



bkkbn

BRAND COMMUNICATION

Target Audience BKKBN

Generasi Milenial &ZILENIAL

Di seluruh Indonesia dari berbagai latar belakang dan psikografi



Dalam setiap kampanye program, target milenial & zilenial menjadi sasaran utama

Tagline BKKBN

"Berencana Itu Keren"

BKKBN mengajak target sasaran utama yaitu Generasi Milenial dan Zilenial agar merencanakan hidup agar menjadi manusia yang berkualitas





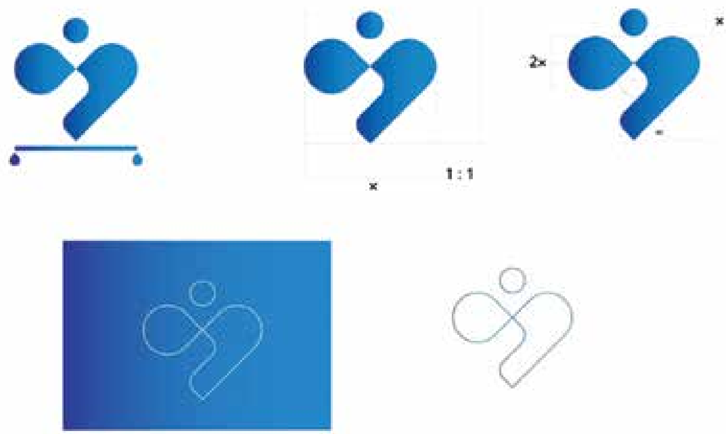
Key Statement BKKBN

Statement dalam mengkampayekan program



BRAND TONE

Tone & Manner
ANATOMI LOGO



Tone & Manner
ANATOMI LOGO

Tone & Manner
ANATOMI LOGO



Tone & Manner
ANATOMI LOGO

Aplikasi logo
Dengan margin hitam dan putih

bkkbn

bkkbn

Tone & Manner

LOGO PROVINSI





Tone & Manner

APLIKASI TAGLINE

bkkbn
BERENCANA ITU KEREN

Font Type:
Montserrat
medium

bkkbn
Sulawesi Tengah
BERENCANA ITU KEREN

bkkbn
BERENCANA ITU KEREN

Tone & Manner

APLIKASI SOSIAL MEDIA PADA MEDIA PROMOSI



Tone & Manner
DESAIN VISUAL

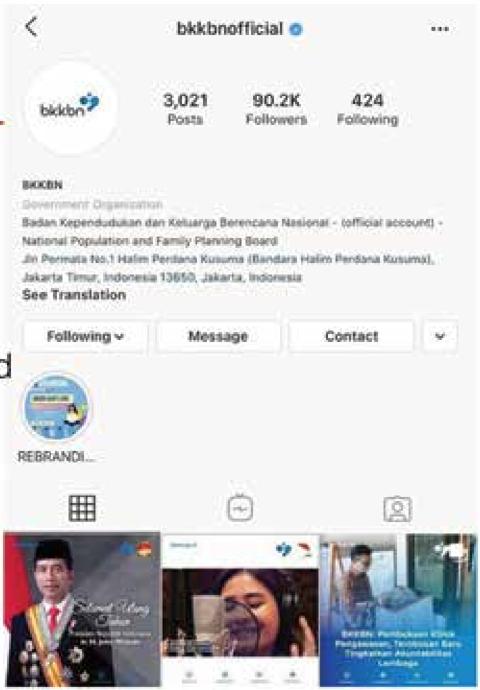
Tampilan visual foto untuk seluruh materi promosi di seluruh media platform



Tone & Manner

DESAIN VISUAL

Instagram



Logo dengan background putih

Tone & Manner

DESAIN VISUAL

Instagram

Template Video instagram



Tone & Manner
DESAIN VISUAL

Tampilan visual animasi untuk seluruh materi promosi di seluruh media platform

Modern
ANIMASI POP
Colourful











Tone & Manner

INSPIRASI KONTEN

Social Media



Berita/ News

Hari-hari besar internasional/ nasional





Tips

Promo Acara/ program



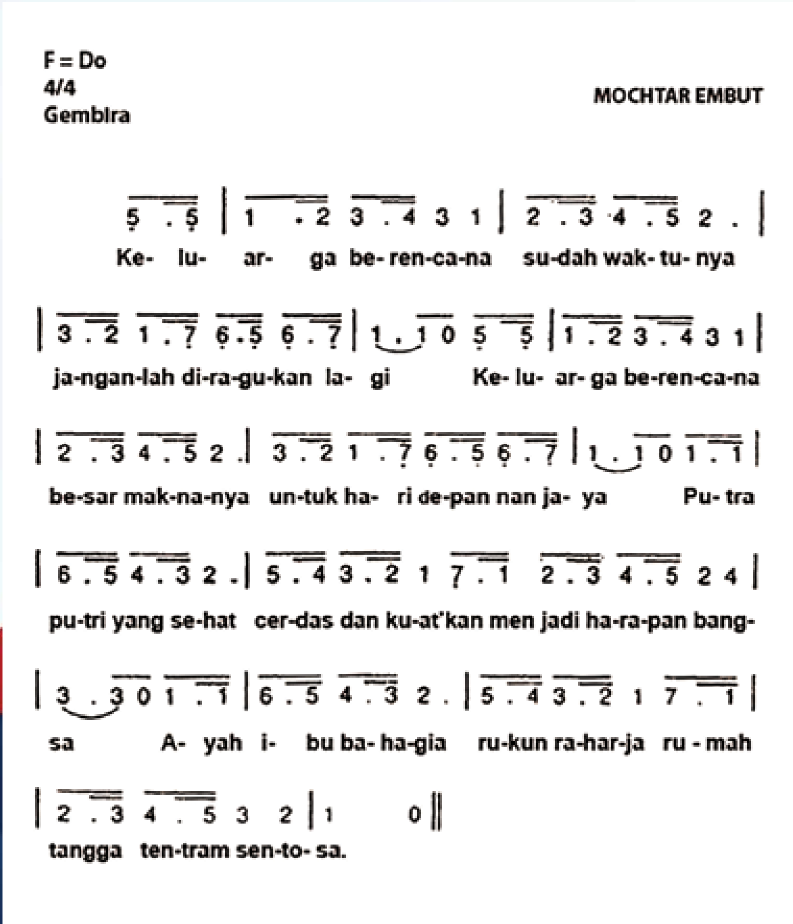


Quote/ kalimat inspiratif

Info Internal



MARS KELUARGA BERENCANA



Theme Song BKKBN

Berencana Itu Keren

Penyanyi: Prilly Latuconsina
Penata Music: Melly Goeslaw dan Anto Hoed

Mau traveling ke tempat idaman
Butuh persiapan yang matang
Gaya hidup have fun yang kekinian
Pastinya bukan tanpa beban

Waktu yang ada jangan disiakan
Sempatkan bikin rencana masa depan

Rencanakan segalanya sebelum melangkah
Hidup berencana itu keren
Hidup berencana....

Rumah tangga tak segampang pacaran
Usia nikah mesti diperhatikan
Jumlah anak juga direncanakan
Keluarga keren jadi tujuan

Waktu yang ada jangan disiakan
Sempatkan bikin rencana masa depan

Rencanakan segalanya sebelum melangkah
Hidup berencana itu keren
Hidup berencana itu keren

Waktu yang ada jangan disiakan
Sempatkan bikin rencana masa depan

Rencanakan segalanya sebelum melangkah
Hidup berencana itu keren
Hidup berencana itu keren
HIDUP BERENCANA ITU KEREN

bkkbn

BERENCANA ITU KEREN